



Études de communication

langages, information, médiations

12 | 1991

Télématique, Education, Arts du spectacle. Questions de/Sur la recherche

L'écriture d'un journal de saison : une « communication culturelle »

Entretien avec Didier Thibaut, directeur de La Rose des Vents, Centre d'action culturelle de Villeneuve d'Ascq.

How to write the programme of a season : the problem of cultural information for a cultural centre. A conversation with D. Thibaut.

Pierre Delcambre



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2801>

DOI : 10.4000/edc.2801

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1991

Pagination : 153-179

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Pierre Delcambre, « L'écriture d'un journal de saison : une « communication culturelle » », *Études de communication* [En ligne], 12 | 1991, mis en ligne le 20 janvier 2012, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/2801> ; DOI : 10.4000/edc.2801

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

© Tous droits réservés

L'écriture d'un journal de saison : une « communication culturelle »

Entretien avec Didier Thibaut, directeur de La Rose des Vents, Centre d'action culturelle de Villeneuve d'Ascq.

How to write the programme of a season : the problem of cultural information for a cultural centre. A conversation with D. Thibaut.

Pierre Delcambre

- 1 L'écriture comme travail est, dans l'activité d'un établissement d'action culturelle, un élément nécessaire. Sans journal de saison, sans affiches, sans programmes, sans communication en direction du public, la fréquentation des salles serait nulle, ou ne vaudrait guère mieux.
- 2 Et pourtant, si la communication est de plus en plus définie comme secteur à développer (en termes de budget, d'organigramme et de définition de postes), la pratique d'écriture reste vécue comme secondaire, de « dernière minute ». Et cette situation de travail ne me semble pas spécifique à l'établissement culturel, support de ce travail. Bien plus, je pense que la difficulté propre aux pratiques d'écriture se retrouve dans diverses branches d'activité¹.
- 3 Division des tâches, conception des objectifs des productions écrites à réaliser, conditions de travail font que l'exercice d'écriture est souvent mal vécu par ceux que leur travail oblige à écrire. Fréquemment une telle insatisfaction s'attache à cette pratique qu'il est difficile de parler des produits réalisés avec leurs auteurs. Le produit n'est jamais, à leurs yeux, à la hauteur des désirs d'écriture, on doute de son efficacité, ah !, si on avait eu le temps. La contrainte qui caractérise, voire définit l'écriture au travail est plus sentie comme handicap, une impossibilité de bien faire, que comme ouverture d'un espace de liberté.
- 4 Il faudra déjouer cette insatisfaction, les effets d'une mauvaise image de soi, et le discours défensif qu'ils peuvent faire naître si nous voulons analyser l'efficace particulier de ce type de situation de travail, repérer la productivité des compromis institués. Car il s'agira ici de « faire parler l'acteur ».

- 5 En effet cet article sera d'abord le compte rendu d'un entretien avec Didier Thibaut, directeur de la Rose des Vents, Centre d'Action Culturelle de Villeneuve d'Ascq, écrivant² du journal de saison. Le parti qui a été pris ici est de contribuer à une description de ces actions qui s'appellent « faire le journal de saison », « faire un rédactionnel », « préparer l'affiche ». Entre l'analyse des « technologies » de la communication culturelle, et l'analyse des « politiques de communication des entreprises culturelles », j'ai voulu contribuer à une description des conditions de réalisation d'une pratique d'écriture. D'où le choix aussi de faire parler l'acteur pour que puissent être explicitées des stratégies d'écriture. Certes, l'acteur peut rationaliser a posteriori sa pratique; mais à courir ce risque on évite le risque qu'encourt tout chercheur qui veut décrire des conditions de production à travers des produits, dans l'après coup d'une reconstitution savante³.

1. Le dispositif.

1.1. Le moment de la mise à l'écriture.

Les échéances.

- 6 Nous n'étudierons pas les aspects techniques de la production d'un Journal de Saison, et pourtant il faut les indiquer, notamment ce qui concerne les collaborations, la division du travail. Supposons que tous les « rédactionnels » soient rédigés, ils seront alors traités par le secrétariat, puis envoyés au graphiste indépendant (le même qui traite le visuel des affiches) qui, dans le cadre de la pagination définie, proposera un montage (remis à La Rose des Vents sous la forme d'une maquette). Après examen, retouches ou accord, le graphiste tire le film que La Rose des Vents remet à l'imprimeur. Ce dernier fait une ozalyd (un osalyd ?)⁴ (rarement retouché(e) puisque le travail de composition a déjà été supervisé). Le directeur de la communication se rend à l'imprimerie pour demander les modifications nécessaires, et surtout pour surveiller, étape technique du chromalin, que les valeurs des couleurs soient bien rendues. Alors l'imprimeur, quand cela est satisfaisant, peut préparer les épreuves, le feu vert est donné par D.T ou F. C⁵ qui signe le « bon à tirer ».
- 7 Le calendrier prend en compte ces étapes, et l'on peut décrire ce calendrier de fabrication du journal comme suit :
- Fin avril, le directeur a « bouclé » l'intégralité de la saison : sauf problèmes de dernière minute (et bien sûr il y en a) on connaît le programme de l'année suivante.
- Début mai, le Directeur de la Communication « tanne » le secrétariat pour qu'il collecte les dossiers de presse, photos... auprès des artistes et compagnies théâtrales.
- Mai juin, D.T et F.C écrivent chacun de leur côté et selon une répartition négociée.
- Fin juin, après un moment de « mise à plat » pour vérifier l'homogénéité de l'ensemble, commence le va et vient « technique » décrit plus haut. Le dépôt chez l'imprimeur s'est fait mi-juillet, le bon à tirer a été donné mi-août, les 60.000 journaux de saison ont été livrés le 29 août : ils doivent être envoyés et distribués tout début septembre : « Les envois partent le premier jour de la rentrée, le premier septembre en gros il faut que les gens l'aient quand ils rentrent de vacances ou trois jours avant la rentrée ».
- 8 « Oui, c'est la panique à chaque fois, tout est fait à toute vitesse à chaque fois ».

Une écriture en série.

- 9 Le journal comporte 33 textes présentant les spectacles de la saison à venir. La répartition entre F.C et D.T vise à ce que chacun en ait à peu près autant. Ainsi pendant la fin de saison, D.Th écrira une dizaine de textes présentant les spectacles de théâtre. Cela dans des conditions parfois « acrobatiques ». En effet, écrire, dans la communication culturelle dont nous parlons, c'est réécrire⁶.
- 10 Et durant le mois de juin le responsable de la communication et le secrétariat ont fort à faire pour obtenir les documents primaires nécessaires à l'écriture.

Le calendrier et la production.

- 11 « Quand le spectacle n'existe pas (c'est le cas pour les coproductions, et pour bien des spectacles prévus pour février-juin de l'année qui suit), quand tu es trop loin de la création pour que déjà le metteur en scène te dise ce qu'il va faire et que tu n'as à ta disposition qu'un texte, c'est pas évident. Bon, quand le spectacle existe... ».
- 12 Chaque écrit se réalise donc dans des conditions de faisabilité ou de confort différentes. Mais une fois les documents remis dans les mains du Centre d'Action Culturelle (C.A.C), il n'y a plus de navette, d'aller et retour pour que le metteur en scène donne son imprimatur. Cela donne à l'écriture son caractère « décisionnel ».

Une écriture rapide.

- 13 Combien de temps représente le travail pour terminer ce texte ? une matinée, une soirée de travail ?
- 14 « Une fois que tu as trouvé effectivement un texte qui te sert de référence, c'est une heure, oui, il y en a qui vont beaucoup plus vite, quand tu as les textes ; en fait c'est quand tu n'as pas les textes que c'est le pire ».
- 15 Ailleurs tu peux faire du montage de citation ?
- 16 « Voilà, c'est ça ».

Le traitement de l'ensemble « journal » : écrire des textes... pour produire un journal.

- 17 Mais comment ces écrits, réalisés dans des conditions différentes, par deux personnes différentes peuvent-ils aboutir à une « écriture d'établissement »⁷, nécessaire à l'affirmation d'une communication cohérente ?
- 18 « Il n'y a qu'une mise à plat à un moment donné, globale ; on n'arrive pas quand même à l'imprimerie chacun avec son petit texte sous le bras. Il y a un regard général sur le journal, mais qui ne fait jamais que gommer les aspects les plus criants de la diversité... ».
- 19 Une mise à plat du journal qui représente une heure et demie, deux heures de travail.

1.2. L'écriture et la division du travail dans un centre d'action culturelle.

La répartition interne des rôles d'écriture.

- 20 Dans le cas que nous étudions, ce sont un directeur et un cadre qui se partagent l'écriture, ailleurs cela peut être le seul responsable des « relations publiques ». Pourquoi, ici, le Directeur ne se contente-t-il pas d'écrire l'éditorial ? Pour le responsable de la communication, ce partage est souhaitable, étant donnée la politique culturelle actuelle de l'établissement. L'originalité de La Rose des Vents est un engagement dans une politique de coproduction théâtrale mais aussi d'aide à la création dans la maison elle-même. Cette politique va plus loin que la mission de diffusion et d'action culturelle autour d'une forme d'art contemporain qui est dévolue aux Centres d'Action Culturelle. Il s'agit donc pour le directeur d'assumer ce choix. L'assumer notamment quand le spectacle n'existe pas encore.
- 21 Il y a aussi que le Directeur est l'acheteur, que comme tel il est parfois le seul à avoir déjà visionné le spectacle. Alors, en l'absence de dossier « satisfaisant », il peut sentir ce qu'il faut dire au public ; ou encore dans un dossier substantiel, il peut faire le filtrage pertinent pour son public.
- 22 La répartition Théâtre pour D.T, Danse Contemporaine, Vidéo, Théâtre jeune public, Humour pour F.C est donc satisfaisante pour les deux écrivains. Selon le Directeur de la Communication, c'est bien lui le responsable du processus, mais certes la décision finale revient au Directeur. Ou plutôt selon ses termes : « quand il n'est pas d'accord et que je suis accrocheur, ça passe, sinon ça tombe. Si je suis accrocheur et qu'il se met en colère, alors il gagne, sinon, ça passe »⁸.

Une division du travail différente en CAC et en CDN.

- 23 L'écriture est « secondaire » non seulement parce qu'elle arrive entre une fin de saison, un dernier accueil, une dernière promotion, et une date butoir, dans un calendrier rétroactif où la date du démarrage dépend de l'arrivée de documents. Écriture dépendante d'autres, écriture sous dépendance. C'est aussi que la communication écrite n'a pas le même sens dans un Centre d'Action Culturelle (CAC) et un Centre Dramatique National (CDN)⁹. Les missions, et donc les objectifs et exigences que l'on peut avoir vis à vis des écrits à produire sont différents. Aussi, quand je me suis mis à pousser la critique sur le texte du Misanthrope, D.T finit par dire : « oui, mais il aurait fallu faire un véritable travail d'analyse de sa mise en scène, pour en tirer la substantifique moelle et la mettre là. Ce qui suppose du temps, quelqu'un qui le fasse, et pas le directeur qui, une semaine avant de remettre sa copie à l'imprimeur se dit "qu'est-ce que je vais bien pouvoir écrire sur le Misanthrope" ».
- 24 « Pour revenir à ce qu'est la Maison... malheureusement, enfin, on peut gloser à l'infini, mais la maison ce n'est pas un Centre Dramatique, c'est un centre culturel, cela veut dire en fait que si l'on était un centre dramatique, on aurait 10 spectacles dans la saison¹⁰, et on tirerait un journal sur chacun de ces spectacles, avec un argumentaire critique, texte comparatif, biographie etc., ce qui n'est jamais le cas de ce qu'on peut faire, c'est-à-dire que jamais, en direction du public, il n'y a d'outil critique, je dirais qu'on a une tendance plus large de diffuseur de spectacle ».

- 25 ... « Mais tu ne fais jamais que mettre le doigt sur un problème de ce type d'établissement, à savoir qu'il n'y a pas d'équipe dramaturgique.
- 26 Parce qu'il y a un trop grand éclectisme (théâtre, danse, variété, vidéo, flamenco...), je reviens à mon histoire de tout à l'heure, il n'y a pas d'équipe qui collecte de l'information ; il n'y a pas d'intellectuel chargé, comme dans les grandes institutions théâtrales de dire "Mais pourquoi le Misanthrope ?" ».

Une écriture en poste de responsabilité.

- 27 Certes le journal de saison est stratégique. Pour rester dans un cadre de vie culturelle « locale », il y a plus d'un établissement culturel proposant l'abonnement dans le Nord; et, en début septembre, il y a aussi le Festival de Lille. C'est bien le journal de saison qui va chercher à gagner les abonnements, qui représentent en 89-90 35 % des places vendues dans une saison (des places vendues pour les spectacles proposés en abonnement, c'est-à-dire notamment hors des « spectacles jeune public »).
- 28 Si l'écriture est un travail de « cadre », alors qu'il pourrait ne s'agir « que » de réécriture (filtrage, recopie de passages écrits par d'autres, montage), c'est qu'il s'agit d'une production qui confronte l'établissement (accueillant ou coproduisant) aux producteurs, les metteurs en scène. Pour les uns et les autres, en ce qui concerne l'écriture, les relations sont faites d'obligations et de limites : pour le directeur de théâtre diffuseur, ne pas empiéter sur la dramaturgie, mais extraire et monter ; pour le metteur en scène, fabriquer d'une première écriture, d'un « dossier » qui, une fois fabriqué, a un avenir qui lui échappe.
- 29 Mais ce « contrat » n'est pas un donné : il se rejoue à chaque fois de manière particulière. D'une part, parce que le metteur en scène est un artiste qui tient à ce que son « message » passe, et que sa force réside dans le fait que la satisfaction qu'il retire de la collaboration contribue au renforcement des liens pour l'avenir, tout comme à la notoriété de l'établissement. D'autre part parce que l'établissement tient à « son » public, a besoin de spectateurs déjà acquis par l'abonnement ; et il a d'autant plus de force pour demander un type de document adéquat pour sa communication que le spectacle est coproduit, ou mieux, créé dans la maison.
- 30 Exercice de rapport de pouvoir, exercice de langage exigeant des décisions.
- 31 « Nous, nous sommes coincés : entre le rôle d'un intellectuel qui écrirait et dont ce serait la mission de... et le rôle d'utilisateur des textes du metteur en scène, de simple médiateur entre le metteur en scène et le public, effectivement, nous avons sans doute un langage à trouver, mais la position n'est pas facile parce qu'en même temps on a envie d'une traduction grand public et en même temps il ne faut pas qu'on trahisse ce que le metteur en scène a dit, quand il l'a dit ».
- 32 Dès lors, à chaque cas de figure son compromis.
« Réécrire un texte qui ne plaît pas et publier un nouveau texte, ça ne se fait pas; il se peut que je n'utilise pas le texte du metteur en scène, ce qui est le cas avec Suréna, par exemple, parce que je le pense... je ne le pense pas bien, enfin je pense qu'il ne correspond pas forcément aux objectifs que je m'assigne, par contre je l'utiliserai dans le programme parce que là les gens seront dans la salle, et c'est normal que ce soit ce que le metteur en scène a voulu dire qui soit dit. Mais, dans le journal, c'est mon public, c'est notre public de la maison, c'est pas le sien particulier. Mais, je ne le ferai pas d'utiliser un texte, de le

caviarder. Souvent le texte est trop long, on prend des extraits qui ne poseront pas de problèmes ».

... Et quand un metteur en scène n'est pas d'accord, ça s'exprime par engueulade téléphonique.

« Tu vois, ça s'est posé pour Erosion (coproduction, metteur en scène Paul Laurent). Le texte..bon...impossible d'avoir un autre texte. Alors Hélène (attachée à la communication) a fini par écrire un texte complètement. C'est-à-dire que sur une création maison c'est évident qu'il y a une responsabilité plus forte.

Mais c'est quand même au metteur en scène de l'écrire et au directeur de théâtre de le respecter ».

Une écriture dans la durée d'une image d'entreprise.

- 33 Dans le cadre d'une écriture à réaliser sans documents « utilisables » venant du producteur, les problèmes commencent donc. Peut-être d'une manière plus sensible avec ce Misanthrope. En effet il s'agissait de la « locomotive » de la saison. La photo de scène va être l'image de marque de La Rose des vents pour une saison : en couverture du journal, en affiche du mois, dans les médias au moment de la présentation de la saison à la presse.
- 34 Mais aussi, dans un établissement culturel qui revendique hautement sa participation à la création et à la diffusion du « spectacle vivant », faire d'un classique une locomotive ne pose-t-il pas quelque problème ? Surtout dans un contexte où tous les établissements culturels adoptent la même conduite.
- 35 - Tu écris en conclusion de ton texte « elle reste la plus contemporaine des oeuvres de Jean Baptiste Poquelin », est-ce simple formule classique ou bien s'agissait-il de dire en final au public déjà constitué de la Rose des Vents qu'il restait quelque chose de la ligne culturelle ?
- 36 « Je ne crois pas que c'est pour désamorcer une grogne éventuelle d'amoureux fous du contemporain qui se diraient que "La Rose des Vents s'y met !". Quand on regarde les chiffres d'abonnements, c'est un peu l'inverse: les abonnés ont sauté sur les trois classiques.
- 37 Je crois plutôt que c'est plus un garde-fou par rapport à nous mêmes, à savoir que ... j'ai eu un discours un peu extrémiste comme ça, que j'ai souvent, « c'est une maison pour le théâtre contemporain, monter le répertoire, non merci ». Bon, je crois d'abord que ce n'est pas une position tout à fait juste. Le théâtre, c'est aussi le répertoire. Et en plus il y a un tas de facteurs qui poussent à ça : les goûts du public, le problème des ressources propres ; tu as besoin de faire vivre ton théâtre, tu as besoin aussi bien de créer un public. Alors je crois que cette petite phrase est cette volonté d'affirmer qu'on n'a pas quand même choisi des classiques Comédie Française, ni le Français, ni Wéber. C'est quand même un certain regard, une certaine conception du Misanthrope. Je crois que c'est plus ça : l'envie de dire qu'il y a une filiation naturelle entre les auteurs contemporains qu'on monte et ces classiques. C'est un peu un réflexe de défense, en tout cas une position défensive, de faire le constat qu'il y a cet engouement du public pour le classique qui pose des tas de problèmes pour la programmation l'année prochaine, à savoir que si je ne remets pas un contingent de classique, je perds des abonnés».

1.3. Une écriture rapide car le cadre est pensé et la stratégie évidente.

Une politique de communication explicite autour de supports différenciés.

- 38 La communication écrite de La Rose des Vents ne passe pas par son seul journal. Et c'est le jeu, l'articulation ou la complémentarité, des différents supports qui va faire la « politique de communication ». Le journal, édité à 60.000 exemplaires, vise à produire l'abonnement et servira toute la saison, alimentant présentoirs et dépôts divers¹¹. Ensuite une affiche mensuelle, au format de poster, réalisée par le même graphiste à partir de photos de spectacles, éditée à 10.000 exemplaires, va installer dans une série de lieux l'image de marque de la maison. Mais elle est aussi envoyée aux abonnés et fonctionne comme un don d'image et comme un rappel : on y trouve en effet en surimpression le calendrier du mois ; au dos de l'affiche des textes différents de ceux du journal présentent l'événement. L'affiche est plus complète que le journal de saison puisqu'y apparaissent tous les événements, salons de lecture, résidences d'auteurs, ateliers divers... Nouveauté de la saison 90-91, un dépliant mensuel en trois volets cherche l'accroche avec un public occasionnel ou non encore abonné et permet une relance de communication régulière, à la sortie de magasins type FNAC ou des autres établissements culturels.

Le programme distribué avant le spectacle est un peu en dehors de cette politique de communication : distribué à des gens qui ont déjà fait leur choix, il a plus valeur de premier contact avec l'univers du metteur en scène, un univers de mots, d'intentions, de références, de citations... Une « mise en condition » du spectateur en quelque sorte.

- 39 Pour la communication au public, « Il y a deux instances de discours ». Voyons sur pièce, pp. 162-163 : annexe 1, texte tiré du journal de saison et annexe 2, texte tiré du dos de l'affiche d'octobre).

ANNEXE 1

OCTOBRE

THEATRE

LE MISANTHROPE

de Molière

Mise en scène : Christian Colin

Coproduction La Rose des Vents - La Coupole / C.A.C. de Melun-Senart
Compagnie Christian Colin
Théâtre de Gennevilliers / Centre Dramatique National

Alceste reproche à son ami Philinte ses manières et ses complaisances. Il déteste le mensonge. A Oronte qui lui lit ses vers, Alceste finit par déclarer qu'ils sont bons à mettre au panier. Mais il est amoureux de Célimène, une coquette à l'humeur volage courtisée par deux petits marquis, Acaste et Clitandre; ceux-ci conviennent que si l'un d'entre eux prouve qu'il est aimé de Célimène l'autre s'effacera. Arsinoé secrètement amoureuse d'Alceste s'offre à lui dévoiler l'infidélité de Célimène.

Alceste a perdu un procès important et veut se retirer du monde, il demande à Célimène de le suivre, celle-ci tergiverse. Surviennent Oronte, Acaste et Clitandre, tous ont des billets tendres de Célimène et l'accablent de leur mépris. Seul Alceste pardonnerait si Célimène voulait le suivre, elle se dérobe. Alceste rompt alors avec elle et se prépare à se retirer dans la solitude.

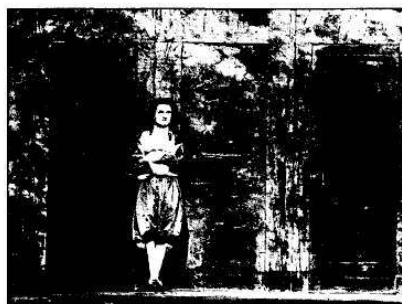
Emile Faguet, le grand critique de la fin du siècle dernier disait que *Le Misanthrope* est dans Molière la pièce des connaisseurs, comme *Britannicus* dans Racine. De fait, les personnages, les situations sont moins forcés, plus nuancés que dans l'œuvre comique de Molière; contre toute règle, la pièce s'achève par une rupture et si l'on sourit plus qu'on ne rit dans *Le Misanthrope* ou l'*Atrabilaire amoureux*, c'est sans doute pour cela qu'elle reste la plus contemporaine des pièces de Jean-Baptiste Poquelin.

DU MARDI 23 AU SAMEDI 27 OCTOBRE - 20 H 30 - GRANDE SALLE

Tarif plein : 100 F

Tarif réduit : 80 F

En regard au cinéma Le Méliès du 3 au 9 Octobre : Molière d'Ariane Mnouchkine



Texte de présentation du Misanthrope. Journal de saison (1990-1991).

[Centre d'Action Culturelle La Rose des Vents, Villeneuve d'Ascq.](#)

ANNEXE 2

23 AU 27 OCTOBRE

THEATRE

LE MISANTHROPE de Molière

Mise en scène : Christian Colin

Décor : Didier Braun

Lumières : Serge Derouault

Costumes : Patrice Couchetier

Avec : Christiane Cohendy - Christian Colin - Claire-Ingrid Cottanceau - Jean De Coninck - Jean-François Delapour - Jean-Pierre Girard - Philippe Lamendin - Gilbert Marcantognini - Agnès Sourdilhon - Eric Vigner.

Coproduction La Rose des Vents - La Coupole / C.A.C. de Melun-Senart - Compagnie Christian Colin - Théâtre de Gennevilliers / Centre Dramatique National.

"Et parfois, il me prend des mouvements soudains de fuir dans le désert, l'approche des humains". Comédien, Christian Colin se lance dans la mise en scène en 1981. Hasard ou nécessité ? Au moment où l'arrivée au pouvoir de la gauche coïncide avec le recul des grandes utopies et une certaine léthargie intellectuelle, Christian Colin se lance dans la mise en scène comme on entre en résistance.

"Depuis Rousseau, constate Christian Colin, Alceste ne saurait plus uniquement faire rire; la misanthropie s'écoute comme une résistance et c'est moins un défaut qu'une ressource. Une vigilance par rapport aux consensus ou s'éteignent la pensée, le désir et l'invention; ignorante de la satisfaction qui fait perdre l'humilité, la création et le lien avec les souffrances humaines."

"Mais en même temps Alceste ne saurait plus être tragique non plus, ni même héroïque, encore moins un *modèle*. En effet l'histoire nous a permis de saisir la part de compromis et de puritanisme autitaire qui se fait jour en lui et qui jette le soupçon sur la radicalité et l'ouverture, tant de son désir que de son esprit critique et créatif. Il ne résiste qu'à moitié aux valeurs sociales (au mondain, à la séduction, au judiciaire), son moralisme justicier recèle ses tendances puritaines dogmatiques et tyranniques que l'on retrouve au principe des socialisations modernes, de même l'individualisme égoïste et possessif, que fera triompher le libéralisme, comme la tendance à l'isolement, illustre une réaction conservatrice, voire réactionnaire. Inquiétante et angoissante, en rupture avec la production de Molière antérieure, la pièce porte en elle, jusque dans la naïveté et le ridicule du personnage d'Alceste, les germes d'une utopie qui ne dit jamais son nom."

MARDI 23 - MERCREDI 24 - JEUDI 25 - VENDREDI 26 - SAMEDI 27 OCTOBRE - 20 h 30 - GRANDE SALLE

Tarif plein : 100 F - Tarif réduit : 80 F

En regard au cinéma Le Méliès du 3 au 9 Octobre : Molière d'Ariane Mnouchkine



Texte de présentation du Misanthrope. Dos de l'affiche-poster du mois d'octobre 1990.

[Centre d'Action Culturelle La Rose des Vents, Villeneuve d'Ascq.](#)

- 40 «En fait ce texte (1), écrit pour le journal, a une vocation beaucoup plus large que celui écrit pour l'affiche (2) puisque l'affiche est envoyée aux abonnés, c'est à dire aux gens qui ont fait le choix, en quelque sorte un fichier d'habitues. C'est des gens qui ont acheté. Le

journal s'adresse à une diffusion grand public et c'est vrai que je ne me voyais pas utiliser ce genre de texte (2) pour le journal, un texte qui s'adresse à un public quasi déjà mis au courant de l'histoire, enfin au courant de ce qu'est le Misanthrope, de l'enjeu du Misanthrope. En fait, là (2), on ne prend même pas la peine de reparler de l'enjeu du Misanthrope puisqu'il dit " depuis Rousseau, Alceste ne saurait plus uniquement faire rire..." enfin, bon... ».

- 41 « Le parti pris qui a été choisi pour l'ensemble du journal, ça a été, dans la mesure du possible d'essayer de raconter une histoire, non pas pour privilégier l'anecdote mais pour dire : voilà ce que ça raconte ce spectacle. On a préféré cela plutôt que d'aller chercher des textes d'analyse, de commentaire sur la pièce ».
- « On avait décidé d'une fiche type. A savoir, vraiment, a priori : premier paragraphe on raconte l'histoire, 2 : quelques lignes qui vendent le spectacle, 3 : des coupures de presse, s'il y en a. C'est un peu ce qu'on a suivi comme démarche, et qu'on a en gros tenu. Mais ça ne suffit pas pour faire une unité¹².

La volonté d'un « langage » grand public, dans l'écriture comme dans la réécriture.

- 42 « On utilise les textes des dramaturges, des metteurs en scènes, parfois des deux, mais il y a des gens qui écrivent de manière compliquée ce qu'on peut dire simplement, puis il y a des gens qui n'ont pas la préoccupation du grand public, et notre rôle c'est d'être des médiateurs aussi, entre un parti pris artistique et puis le public ».
- 43 Il est donc difficile d'utiliser des « dossiers d'esthète, de théâtre. Certains dossiers sont de beaux objets à vendre, utiles pour vendre le spectacle à des diffuseurs, mais certainement pas à utiliser pour la promotion auprès d'un public... ».
- 44 Mais qu'est-ce qu'un « langage grand public » ? On l'a vu dans le choix de l'écriture type, c'est d'abord le choix d'actes de langage, d'intentions discursives, d'« opérations » de communication : **raconter** (ne pas faire comme si le public connaissait l'histoire, éviter de se fonder sur cette supposée connivence), **promouvoir** (et ici ce terme renvoie à deux choses dans le langage de D.T : parler de dramaturgie, et, par des extraits de presse, signaler des critiques descriptives positives).
- 45 Avec le Misanthrope, dans ce cas où c'est la Rose des Vents qui assure le discours promotionnel, on remarquera que l'opération de promotion est informée par des savoirs sociologiques récents¹³ : il faut promouvoir l'acteur s'il est connu, et l'auteur :
- « quand on monte un classique comme ça, et on le voit à la manière dont les gens ont réagi immédiatement, peu leur chaut que ce soit le Misanthrope de tel metteur en scène ; ça c'est un raisonnement d'un homme du sérail, d'attendre une présentation de la particularité du Misanthrope de Colin. Pour le grand public, c'est le Misanthrope de Molière quoi. Et, allons jusqu'à l'outrance, les Fourberies de Scapin, cette année, ce n'est même pas du J.P. Vincent ou du Molière, c'est du Daniel Auteuil. C'est cela le type de consommation de plus en plus fréquent d'un public, disons, des classiques ».

La mission de l'entreprise comme déterminante (CAC/CDN).

Une écriture « CAC » : l'action culturelle est plus proche de la promotion que de l'éducation au théâtre.

- 46 - Dans Narcisse au miroir d'Echo¹⁴ qui analyse la communication de La Rose des Vents en 1987, quand Pierrette Garreau en était directrice, on dit de cette communication qu'elle

est proche de l'« action éducative ». Qu'en penses-tu ?

« Je n'irais pas si loin ; je dirais plutôt que notre communication a plus à voir avec l'action culturelle qu'avec le théâtre peut-être. Le théâtre, il est plus dans le journal de la Salamandre, ou les Cahiers de la Comédie de Caen, les Cahiers du TNS.

Une autre manière de nous définir, c'est ce qui a été dit lors d'un stage de l'ANFIAC sur la communication de nos établissements : on a dit que notre communication était « conviviale ».

- Penser le public comme étant « grand public » ?

« C'est ça ».

47 Mais qui est le grand public ?

- Dans ton texte de présentation, tu utilises Faguet : tu parles au grand public ou à un public scolaire, à des profs ? « C'est une plaisanterie. Faguet, qu'on n'étudie plus beaucoup d'ailleurs, c'est une référence à la grande critique du 19ème siècle, c'est en fait à la limite un clin d'oeil aux enseignants qui ont fait khâgne, quelque chose comme ça, qui ont dû une fois dans leur vie rencontrer E.Faguet comme ça dans la critique littéraire ; c'est une plaisanterie d'initié ».

- Un appât ?

« Non ce n'est pas un appât parce qu'à la limite ils doivent en rigoler, en tout cas j'espère, mais non, en plus, je trouve que Faguet disait des choses intéressantes »¹⁵.

48 De fait, « le public scolaire, c'était un problème réglé d'avance ! Le Misanthrope est l'un des classiques de la saison ; malheureusement en fait, on aurait pu multiplier par deux le nombre de représentations et les remplir toutes avec des scolaires. On avait décidé de limiter la jauge à 100 scolaires par soir¹⁶ et en fait on s'est fait insulter parce qu'on n'a pas offert plus de places aux scolaires. Donc ce texte ne s'adressait vraiment pas aux scolaires : on savait dès le début de la saison que, de toutes manières, ils seraient là. Non, ce texte, malgré le Faguet, visait un public beaucoup plus large, il visait beaucoup plus le public de théâtre, le public qui sort, et non des groupes constitués et notamment les scolaires ».

49 Promotion, Action culturelle, Action Éducative... On le voit à travers la question de la présence de la référence à E. Faguet, il y a ici variation et incertitude. Mais il faut se souvenir que le journal de saison promotionne aussi bien ce Molière qui va faire craquer la jauge, que Commerce Gourmand, (texte de J.M Piemme, mis en scène par un metteur en scène de renom, Ph Sireuil, du théâtre Varia, Bruxelles) pour lequel une cinquantaine d'abonnés ont préempté des places. Il y a bien des publics, et le journal tente par une communication « homogénéisée » dont le destinataire idéal¹⁷ est ce grand public, à faire venir des publics.

2. La mise a l'écriture.

2.1. Conditions habituelles de la mise à l'écriture.

Entre deux lignes.

50 Au moment de la mise à l'écriture, les problèmes qui semblent dominants sont d'avoir des sources documentaires utilisables, de disposer d'assez de temps qui puisse être consacré sans interruption à ce travail, alors qu'il a tant d'autres choses à régler. Mais cette perception vécue d'un temps de l'écriture comme succession d'enjeux à régler linéairement résiste mal aux faits : il ne suffit pas d'avoir de la documentation acceptable,

un modèle type et un temps préservé des interruptions du téléphone pour que l'écriture soit « acquise ». C'est en fait dans l'après coup, au moment de la « mise à plat », que l'importance de la conception du rôle d'écrivain apparaît. C'est en discutant pied à pied des choix rédactionnels, et non au moment du programme d'écriture que la question du « langage commun » se pose, et « s'exécute ».

- 51 « Ce n'est vraiment pas simple, les enjeux d'écriture car il peut y avoir aussi différentes lignes dans la maison par rapport à ça ».
- 52 Chacun finit par se connaître; et si D.T dit « François essaie toujours de tirer les choses d'un côté que régulièrement j'essaie de couper, du genre « ça va être super » comment dire ça, un caractère joyeux, une promotion dans le sens « ça sera une bonne soirée ». En fait François pourrait écrire « une soirée exceptionnelle à ne pas rater ». Chaque fois je coupe ça. Moi, j'aurais peut-être tendance à faire dans le « pédago chiant », F.C dit de son côté « lui, il écrirait facilement c'est un texte de Piemme, mis en scène par Sireuil, c'est une création contemporaine, c'est du 15 au 23 janvier à 20h30... Il n'est pas du tout pédago, il doit se dire que les gens s'y reconnaîtront ; moi, j'ai tendance à être touffu, fourni ; je suis pour des extraits de presse, mais avec des phrases ; comme pour ce texte des Caprices de Marianne : « En voilà, du vrai théâtre vivant, du théâtre de texte et d'images, de rires et de larmes, de chair et de sang. Du théâtre de sens qui en appelle à tous les sens, trousse le répertoire et lui fait un enfant, légitimé par la modernité. Le couple Musset-Sireuil, superbement nippé par Didier Payen, a les épousailles prodigues ». Le Soir ».
- 53 Entre deux lignes, ça ne se concilie pas :
« Je ne dis pas que ça doit se situer entre ces deux choses là, mais c'est vrai qu'on n'a sans doute pas trouvé notre langage de communication ». Certes on pourrait « ébarber », « euphémiser », « alterner » ... En fait cela se négocie, dans un jeu de pouvoirs institutionnels de décision, comme nous l'avons analysé en 1.2 (**La répartition interne des rôles d'écriture**).

Une écriture de seconde main¹⁸.

- 54 Cette réécriture de bric et de broc, on la canalise donc à travers la contrainte du format, la contrainte du modèle-type ; le discours antérieur est aussi mis à l'épreuve d'un passage en écoute « grand public ». Le travail d'adaptation va notamment se faire par choix de passages et montage.
- 55 Le problème arrive quand on ne trouve pas son bonheur dans la mine du matériau primaire et qu'il faut non plus réécrire, mais écrire sur son propre fonds.
- 56 « Enfin ce Misanthrope, pour tout avouer, il nous a posé d'énormes problèmes parce qu'actuellement c'est vrai qu'un metteur en scène fournit aussi, écrit des textes dramaturgiques, il écrit des textes critiques, il écrit, il a envie d'expliquer pourquoi... bon, le drame de Colin, c'est que tout est fait dans un refus de communiquer ce choix. Sauf à travers des aphorismes, sauf à travers des textes parallèles. En fait Colin ne s'intéresse qu'à parler aux gens les plus avertis du milieu théâtral ».

2.2. Le rôle et la posture d'écriture quand on se met à écrire sur son propre fonds.

La priorité : la gestion du public. Une représentation de soi : assumer un rôle de médiateur.

- 57 Avec ce Molière, l'opération discursive prioritaire était de « prévenir le public ».
- 58 « Donc, d'abord, dans ce texte, même si la trame de l'histoire est censée être connue, on rappelle le fonds de l'histoire.
- 59 - D'où un résumé acte par acte ; mais pourquoi résumer la pièce jusqu'à la dernière scène ?
- 60 - Parce qu'elle est différente des autres pièces de Molière. Parler du Misanthrope en mettant trois lignes de présentation, ce n'est pas prévenir que le Misanthrope c'est une pièce différente. Il fallait prendre des égards avec le public. J'avais vu la pièce. Le parti pris de Christian Colin, c'est de montrer jusqu'au bout toutes les contradictions de ce personnage. Il ne fallait donc pas, dans la présentation, faire l'économie de montrer que ce personnage est contradictoire, de montrer que c'est compliqué.
- 61 Il ne s'agissait pas en l'occurrence de se contenter d'appâter, il fallait pouvoir aussi dire ce qu'allait en faire Colin, annoncer la couleur en disant notamment "on sourit plus qu'on ne rit ».
- 62 Prévenir les gens que ce n'était pas... une comédie de Molière, que c'était quelque chose de plus compliqué. Je crois qu'on ne peut pas, sur les classiques - sur aucun spectacle d'ailleurs - je ne sais pas... mentir au public.
- 63 Enfin, c'est contradictoire : un travail sur un journal c'est un texte d'appel mais en même temps il ne faut pas que les gens se disent, je me suis fait avoir par rapport au texte de présentation ».
- 64 « Quand j'ai vu le spectacle de Colin en première à Combs la Ville, il m'a semblé important encore une fois de prendre des précautions par rapport à Molière. C'est à dire de modérer l'appel que ça constituait, de mettre un Molière dans la saison, et une des grandes pièces de Molière, pour prévenir déjà, premièrement, que ce serait un Molière qui ne serait pas une comédie... traditionnelle, donc que c'est une pièce "à part" - et le texte de Faguet me plaisait bien à ce propos -, et deuxièmement, que Colin en a fait une pièce à part. C'est pour cela que je termine en disant qu'elle reste la plus contemporaine des pièces de Jean Baptiste parce qu'il me semblait important de dire qu'on mettait un classique au programme mais que ce n'était pas n'importe lequel, c'était l'oeuvre majeure de Molière, revisitée, et que c'était une oeuvre, effectivement, où on souriait plus qu'on ne riait ».

Quand la source manque : quelle documentation critique ?

- 65 Pour le Misanthrope, donc, tu as utilisé ta propre documentation ?
- 66 « Des sources sur Molière, il y en a plein, notamment des biographies de Molière; mais le Misanthrope est une pièce charnière dans l'oeuvre de Molière et, de ce fait, on explique toujours le Misanthrope par la pièce précédente ou la suivante ; mais, sur la pièce elle-même, il y a assez peu de choses. Ou en tout cas je n'avais pas le temps de chercher ; et puis se serait vraiment se transformer en Centre Dramatique.

- 67 Hélène m'a prêté un bouquin qu'elle avait, moi j'en avais trois, quatre : des petits classiques Larousse, l'édition Nelson ; des textes critiques ; on est aussi allé à la Bibliothèque Municipale ; on ne fait quasiment aucun achat ».
- 68 « Pour faire le résumé de la pièce, on est allé s'inspirer de divers résumés de la pièce parus dans des Petits Larousse, les OEuvres Complètes, des choses comme ça, Lagarde et Michard à la limite ».

Postures d'écriture : qui parle ?

- 69 En l'absence d'un dramaturge, D.T semble bien endosser une posture de professeur de français. Cela se retrouve aussi dans la présentation de Suréna de Corneille, création de la saison à la Rose des Vents, pour lequel D.T a refusé d'utiliser le texte du metteur en scène. Dans son texte, cette fois, c'est à Brasillach qu'il fait appel... Et D.T reconnaît :
« C'est assez troublant, c'est vrai. La manière qu'a Sireuil de parler de Musset est complètement différente parce que Sireuil a écrit les raisons de monter Musset. Quand c'est nous, on retrouve les propos pontifiants (Suréna, Le Misanthrope). Je crois que c'est notre handicap, à partir du moment où l'artiste ne dit pas, ne parle pas ».
« Mais ce texte, c'est l'angoisse de la page blanche dans le journal, quoi, en gros c'est ça ! »
- 70 Et cette posture de professeur n'est pas nécessitée par le « ciblage » du public, on l'a vu, le public scolaire n'est pas le public recherché. Dès lors, parler comme un prof en présentant Molière par E.Faguet, en reprenant le « synopsis » de la pièce dans Lagarde et Michard, ou les classiques Nelson est-ce que ça fait partie de la manière de parler d'un auteur du répertoire au grand public ? La manière la plus « grand public » de parler du répertoire ?
« Je n'irai pas aussi loin que toi... ».
- Mais la mise en scène de Colin pouvait être présentée en signifiant son caractère contemporain, par exemple, la manière dont il montre le rapport du Misanthrope à la nomenclatura, aux arrivistes, sa recherche d'un discours de « transparence » : une entrée par le Politique ?
« Oui, mais dans ce cadre là, je ne touchais plus le grand public ».
[...] - Peut-être que l'école est encore la plus publique (grand-public) des institutions de parole, plus que l'instance « Politique et médias » ?
« La plus neutre possible, en fait. C'est vrai qu'il n'y a aucun commentaire volontairement critique dans ce texte... Je crois qu'on était obnubilé par cette idée que le Misanthrope c'était le spectacle avec lequel il fallait ratisser large, et de là à aller chercher effectivement Lagarde et Michard, Chassang et Séninger... ».
- 71 Une autre hypothèse : DT oppose dans cet entretien le « grand public » et les publics constitués. Quand il dit que la jauge ne devait pas dépasser les 100 scolaires, c'est bien de groupes dont il s'agit. Mais ne penser « public scolaire » que comme les groupes d'élèves amenés par les professeurs, ce serait oublier le public étudiant, grand public au sens que la communication à son égard est semblable (une communication sans relais, pas de public « captif »). Or la Rose des Vents a cette saison énormément développé sa politique d'abonnement étudiant. Peut-être s'agit-il ici d'une communication où derrière le grand public, destinataire idéal, on peut voir se profiler un des publics ciblés, difficile à accrocher, mal connu, le public étudiant¹⁹.

- 72 Enfin, on pourrait comprendre autrement cette référence à Faguet, en reprenant la première parole de D.T à propos de Faguet « une plaisanterie d'initié ». Comme si dans ce devoir d'écrire, dans cette pratique d'autant plus contrainte que D.T a conscience d'excéder ici son rôle habituel, l'écrivain se faisait des plaisirs compensatoires, un plaisir dans une veine d'écriture que lui-même caricature, autre plaisir, comme « pédagogue-chiant ». Tremblé d'une ambivalence ?
- 73 S'il fallait néanmoins conclure sur ce point, remarquons qu'une fonction prime tout : la « gestion du public ». Elle consiste clairement ici à « prévenir le public ». L'opération est claire ; le message peut, lui, être brouillé par ce « tremblé » où pointe l'initié.

3. Quelle logique générale d'écriture ?

- 74 Après avoir rassemblé les moments d'entretien qui permettent de mieux entrevoir le dispositif, les contraintes, les objectifs assignés, les stratégies de communication, je voudrais finir sur des aspects plus précis de ces textes. une fois réalisés. Leur première lecture, dans le moment de mise à plat, permet certaines rectifications. On a vu que c'est alors le moment où deux « lignes » peuvent s'affronter dans la conception d'un journal. Mais c'est aussi le moment où l'on pense non seulement à l'écrit mais au « texte », avec son versant visuel et graphique. C'est aussi le moment où des insatisfactions ne donnent pas lieu à correction, où des « erreurs » ne sont pas vues...

3.1. L'écrit et l'image.

- 75 Il faut revenir sur l'image. Le processus de production du journal, tel que nous l'avons décrit, montre qu'une fois le dossier (écrits et photos) obtenu, le partage amène les deux écrivains à produire une série de rédactionnels. Que dans cette phase (extraire, monter), on travaille sur l'aspect écrit du dossier. La photo de spectacle semble donc jouer un rôle dissocié, dans une logique où un autre discours au public est tenu, à côté ; un rôle illustratif ?
- 76 - La mise à plat qui sert à réduire les aspects les plus criants de la diversité, travaille-t-elle sur l'image ou sur le rédactionnel ?
- 77 « Sur le rédactionnel. Pour ce qui est de l'image, je dirai que c'est un peu le même problème qu'avec les dossiers : il y a une telle diversité ! En fait on a des photos de spectacles de toutes natures, de toutes qualités, de tous formats. C'est impossible d'unifier un document, un journal, vue la diversité des sources (parfois inexistantes). Mais il y a plusieurs partis pris possibles. Pour répondre à ce problème, il nous est arrivé de faire appel à un seul homme, pour obtenir une ligne graphique.
- 78 Mais en même temps, ce qu'on a appris à travers les interviews réalisées par les stagiaires de maîtrise Inforcom sur les spectateurs étudiants²⁰, c'est que le visuel joue un rôle important dans la décision de choix du spectacle. On en revient donc aux photos de spectacles, qu'il faut à chaque fois traiter. Il faut dire qu'avoir un journaliste qui ferait tous les clichés avant la saison, c'est matériellement impossible.
- 79 Il vaut donc mieux conserver une hétérogénéité, pour l'efficacité, dans le journal de saison par lequel le choix des spectacles de l'abonnement se fait ».

- 80 L'image est donc bien un deuxième élément dans la stratégie de promotion par le journal, il n'est pas illustration de l'écrit, mais extrait de spectacle et garde une fonction iconique forte²¹.

3.2. Une écriture sur l'écrit théâtral plus que sur le spectacle : un paradoxe pour un homme de théâtre?

- 81 On pourrait s'étonner, quand on connaît les positions, l'idéologie habituelle des « théâtraux », de ce que, dans ce texte sur le Misanthrope, la promotion du spectacle se fait essentiellement par la promotion d'un texte écrit, le texte de Molière. En effet, la valeur du théâtre, aux yeux des défenseurs de ce qui est souvent appelé « le spectacle vivant », c'est non le texte, mais la représentation, ce moment où se produit la « rencontre » entre un public et un événement, comme on dirait par l'anglais: une performance.
- 82 La réponse a déjà été donnée plus haut : dans un texte publié dans un support à vocation large, il s'agit de faire acheter par le « grand public » ; le réflexe de consommation grand public est centré sur l'auteur. Ici, c'est Molière qui est la notoriété « locomotive ». Les achats ont montré que ça marche.
- 83 « Le public ne vient pas a priori parce que c'est le Misanthrope de Weber ou de Planchon ou celui de... il vient parce que c'est le Misanthrope de Molière. On assume ça complètement ; en même temps, ne soyons pas cuistres, c'est aussi ce qui fait à un moment donné que le Misanthrope est la locomotive de l'abonnement ».
- 84 La communication « grand public », qui, ici, ne pouvait se faire sur la base de textes d'un metteur en scène ou dramaturge, assume donc un discours « décalé » par rapport aux connivences construites dans le monde du théâtre.

3.3. Les « ratés » d'une posture de gestion des publics ?

- 85 La description de la production textuelle peut expliquer comment le travail produit des additions de morceaux dont les intentions, les « lignes », les projets sont clairs ; l'écrivain garde l'impression de « maîtrise » de l'écrivain. Le montage de fragments dans un cadre de modèle-type peut rassurer le producteur mais ne garantit pas que le jeu propre des significations secondaires, la polysémie textuelle, non assumable, échappant à la logique explicitement travaillée, puisse, avec ces textes comme dans d'autres types de produits, engendrer d'autres lectures, voire des ratés.
- 86 Un exemple. J'ai déjà évoqué comment l'écriture est politique. Comment, quand il écrit sur son propre fonds le texte d'appel de la « locomotive » de la saison, D.T donne l'image de La Rose des Vents en insistant sur « c'est la plus contemporaine des oeuvres de Jean Baptiste Poquelin ».
- 87 « Mais c'est vrai que la formule est un peu, figure de style ».
- « Contemporain », cela m'a paru de la rhétorique aussi parce que rien dans le texte ne déclinait ce terme, ne le motivait. Il n'y a peut-être que le visuel, la photo de scène en couverture, à peine retravaillée par le graphiste qui signe le terme « contemporain ».
 - « Dans le résumé : l'intrigue, la situation, les personnages sont complexes... ».
 - Mais, dans le paragraphe suivant, il est possible de faire cette lecture : « les personnages, les situations sont moins forcées, plus nuancées », comme : c'est un spectacle de bon ton

où l'« on sourit plus qu'on ne rit » !

« En fait « contemporain » fait référence à un autre texte, celui de l'affiche... ».

- 88 De fait dans le texte de l'affiche (annexe 2) le mot contemporain n'est jamais présent, mais on peut lire divers éléments sur la modernité. La modernité du metteur en scène (« 1981 », « arrivée de la gauche au pouvoir et léthargie intellectuelle ») ; la modernité des intentions de la mise en scène (« consensus », « socialisations modernes » « réaction conservatrice, voire réactionnaire » ; la modernité que confère à l'oeuvre l'épaisseur des lectures faites au regard de situations politiques et morales nouvelles (« l'histoire nous a permis de saisir le compromis et le puritanisme autoritaire... ») ; la modernité du Misanthrope, oeuvre de Molière enfin (« en rupture avec la production de Molière antérieure »).

« ... ici, tu as raison, il y a un hiatus complet entre ce terme et le texte; il aurait fallu parler du parti pris de mise en scène de Colin, c'est là que ça s'appliquait: le Misanthrope comme résistance politique. Quand tu finis par écrire beaucoup de textes comme ça, on est plongé dans un dossier pour en extraire quelque chose et on finit par ne plus faire attention : ce mot est illustré dans un autre texte, prend son sens dans un autre texte ».

- 89 Des ratés peuvent donc se produire. Le « raté », s'il existe pour le lecteur, (sinon, convenons de l'appeler un item de signification isolé, sans cotexte), est un élément non relayé par un cotexte et alors interprétable seulement comme lieu commun, rhétorique. Mais cela n'empêche que la formule est dite ; elle peut avoir son efficace propre.

Lapidaire, formulaire, rhétorique et efficacité.

- 90 - Combien de fois ne dit-on pas « c'est la plus contemporaine » ?
- « Oui c'est vrai, c'est une formule bateau. C'est de la rhétorique et lors de ma conférence de presse de rentrée je me suis interrogé devant le public en disant " pourquoi monter le Misanthrope aujourd'hui, pourquoi on monte Musset aujourd'hui", et je répondais de manière rhétorique un peu, oui, mais c'est sans doute parce que les metteurs en scène pensent qu'elle est profondément d'aujourd'hui, spécifiquement d'aujourd'hui et qu'elles ont des choses à dire sur aujourd'hui. C'est ça que j'ai voulu dire, mais c'est vrai que la formule est un peu, figure de style ».
- 91 La présence de cette interrogation dans la Conférence de presse, comme la présence de cette phrase dans le journal nous éclaire sur cette « rhétorique ». Dans cette écriture lapidaire, expéditive, la place manque (voire l'objectif d'écriture) pour l'explicitation, la « motivation » de la formule, ce n'est plus qu'un signal pour qui a le code.
- 92 Il n'en reste pas moins que la formule rend bien compte de quelque chose : d'une situation.
- 93 D'une situation répétitive. En effet, la communication doit prendre en charge la ligne même de l'action culturelle de l'établissement. Cette ligne est définie (dans le Projet même sur lequel le Directeur a été élu en Conseil d'administration, avec l'accord des multiples partenaires, notamment de la Ville, la Région, l'État qui assurent à 88% le financement de l'entreprise...) comme accueil et coproduction faisant une large part au théâtre contemporain. C'est l'acheteur (ici le directeur...) qui « réalise » cette politique. La communication n'a plus qu'à décliner pour le public cette « réalité » produite. La communication va donc défendre globalement le « concept » « Rose des Vents ».
- 94 Mais cette globalité n'existe que dans la fragmentation sérielle et répétitive des événements culturels programmés. De même que le graphiste, dans son retravail sur les

photos pour les affiches redit chaque mois « une » image Rose des Vents identifiable, de même la communication écrite le fait-elle.

- 95 Le journal, dans sa recherche d'abonnés, vend-t-il « de la Rose des Vents » ou tel et tel spectacle ? Peut-il prendre le risque de ne vendre que tel et tel spectacle ?
- 96 La confiance (le crédit) dans La Rose des vents n'est-ce pas ce qui permet à celui qui s'abonne d'accepter le risque d'une sortie pour un spectacle inconnu, d'un auteur inconnu, d'un metteur en scène connu seulement de la presse (c'est déjà ça) ou du monde des théâtres (étrange, auquel on ne participe pas, avec ou sans état d'âme).... ?
- 97 La rhétorique n'est pas ici un discours d'ornement, elle est plutôt le résultat de la répétition lapidaire de formules correspondant à des situation répétitives, ici voulues comme telles par la politique de l'entreprise.
- 98 Reste que l'efficacité est douteuse : il y a certes un signal, mais suffit-il d'un signal ?
- 99 Le diagnostic établi par le médecin, la description d'un enfant inadapté à l'heure de l'orientation, du jugement ont aussi cet aspect²² : dans la « petite forme » il y a quelque chose du rituel où la personne autorisée dit les paroles nécessaires pour que le destinataire/récepteur réel fasse son travail. Un travail de choix en fonction de classes, d'un classement de situations plus ou moins établi, connu, répertorié. La formule « cadre » pour celui qui va faire un travail de prescription (ici le spectateur se choisit, se prescrit, ses soirées culturelles, prises dans son emploi du temps de ses soirées, sa manière de vivre. Il n'est pas déplacé de dire que souvent celui qui prend un abonnement se prescrit une forme de vie).
- 100 La rhétorique alors est la présence minimale, même pas remotivée, réactualisée, voilée, d'un système de classes pour des choix. C'est alors la présence comme telle du système de classement qu'on prête au public, ou que la vie culturelle établit pour ses publics. Écrire, alors, c'est bien aider à la décision.
- 101 Je ne voudrais pas conclure avec ce dernier point, car le texte de présentation du Misanthrope présente tous les risques, signale toutes les contradictions d'une écriture (et non plus d'une simple réécriture) produite pas un Centre d'Action Culturelle. Mais la pratique de communication de la Rose des Vents est-elle une addition des risques des paroles de chaque texte ?
- 102 Faute de faire une analyse de la réception par ces publics divers que nous avons pointés, et voulant rester dans la production, nous rappellerons l'intention de communication unifiante qui, elle, peut se lire dans la répétition des gestes faits pour « parler au public » : donner une image de marque (la photo de scène du Misanthrope, déclinée sur les supports), donner des images-repères pour des choix (les différentes photos de scènes), dire l'histoire (avec les résumés), donner la parole au discours dramaturgique (avec les extraits des textes de metteurs en scène), donner un éclairage d'une lecture extérieure (extraits de presse). Gestes d'une promotion « grand public » qui cherche son langage entre deux bornes : la publicité d'une part, le « langage éducatif » sur le théâtre de l'autre, pour un public non acquis au spectacle, au théâtre, peut-être. Langage enfin d'un établissement, d'un lieu culturel dont l'accès, pour des publics, reste à construire d'une saison l'autre.

BIBLIOGRAPHIE

- Compagnon, A.**, (1979), *La seconde main ou le travail de la citation*, Le Seuil.
- Delcambre, P.**, (1987), *Écritures d'éducateurs pour des autorités de tutelle*, Actes de la journée, « Enjeux de l'écriture dans le travail social », IUT B de Lille 3, pp. 63-75.
- Delcambre, P.**, (1990), *Écritures professionnelles et pouvoirs : analyse d'un dispositif d'écriture*, Bulletin du CERTEIC, n° 11, « Pratiques d'écritures et champs professionnels », juin 1990, pp. 13-53.
- Delcambre, P.**, (éd.), (1991), *Étudiants, Université, publics et acteurs de la vie culturelle. Retours sur un colloque*, Université de Lille 3/La Rose des Vents.
- Guyot, B.**, (1980), *L'information Culturelle*, Université des langues et lettres de Grenoble.
- Koeppel, B.**, (1987), *Marquerite B., une jeune fille en maison de correction*, Hachette.
- Ministère de la Culture et de la Communication**, (1988), *La rhétorique publicitaire du théâtre, Narcisse au miroir d'Echo, La documentation Française*.
- Ministère de la Culture et de la Communication**, (1987), *Les publics du Théâtre, La Documentation Française*.
- Richez, P.**, (1990), « Le public étudiant occasionnel du Centre d'Action Culturelle, La Rose des Vents ». *Rapport de stage de Maîtrise InformationCommunication, Université de Lille 3*.

NOTES

1. Dans le travail social notamment. J'ai analysé les situations d'écriture que rencontrent dans leur travailles Éducateurs spécialisés. On retrouve cette place secondaire accordée à la pratique d'écriture par rapport à d'autres aspects du métier, la mise au travail en dernière minute dans un calendrier où les contraintes viennent de l'extérieur, d'un destinataire dont on dépend. Delcambre 1985, 1987, 1990.
2. « Écrivain » plutôt qu'« auteur » selon la distinction opérée il y a longtemps par R. Barthes. On remarquera que les petites formes sont, à la différence de l'éditorial, sans signature. Cependant dans l'« ours », en troisième de couverture, on trouve, après les crédits photographies « Directeur de la fabrication : Didier Thibaut. Rédaction : Didier Thibaut et François Claude. Conception : Patrice Roger. Impression : Lefèvre, Tourcoing ».
3. J'ai interviewé le Directeur de la maison, coécrivain, et non le Directeur de la Communication, responsable du processus de réalisation de ces supports de communication. En effet, il se trouve que c'est le Directeur qui a écrit les textes de présentation de la plupart des spectacles théâtraux, notamment celui qui nous servira de référence principale (annexe 1) : le texte de présentation du *Misanthrope* de Molière (mise en scène Christian Colin).
3. Notons en plus un « biais » possible. Le rapport d'interview est structuré par ce qui l'a rendu possible : je suis depuis cinq ans trésorier de l'association Rose des Vents, support juridique de l'établissement culturel. De plus, enseignant dans le cadre du Département Information-Communication de Lille 3, j'ai suivi nombre de stages de maîtrise réalisés dans les établissements culturels de la région, dont la Rose des Vents. Donc des rapports multiples me lient à Didier Thibaut.

4. L'ozalyd est, selon le Précis de mise en page de L. Guery, CFP J, 1988, « une épreuve réalisée sur papier sensible spécial, d'un montage offset ou héliographe ». L'équivalent de la morasse « en typographie ». Il permet, avant impression, de visualiser les rapports de surface entre image et texte, de percevoir les effets des caractères et des corps choisis.
5. Par commodité on utilisera dorénavant les initiales D.T pour désigner Didier Thibaut, Directeur de La Rose des Vents et F.C pour désigner François Claude, Directeur de la Communication.
6. Cela explique l'hésitation que ces écrivains ont à employer le mot « écrire », qui leur semble impropre.
7. Cette notion d'écriture d'établissement a déjà été utilisée à propos d'autres travaux : Delcambre 1986 et 1990.
8. Pour l'analyse des points sur lesquels se passent ces micro-conflits, voir 2.1. Entre deux lignes.
9. Les C.D.N sont différents des établissements du réseau de diffusion (Centres d'Action Culturelle, Maisons de la Culture, Centres de Diffusion Culturelle) en ce qu'ils ont une mission de production ; leur direction est confiée à un metteur en scène ; leur budget, beaucoup plus important que celui des établissements de diffusion est pour moitié à la charge du Ministère de la Culture ; leur mission fondamentale est la production théâtrale. Le CAC La Rose des Vents est un établissement de 16 salariés. Le secteur « communication » a deux salariés. Le budget global 1989 est de l'ordre de 9 millions de Francs, les dépenses artistiques (achats, coproductions) représentant environ 30 % de cette somme. Le budget « communication » est de l'ordre de 750 à 800.000 F (impression et conception : 520.000 F à quoi on ajoutera les frais postaux - 160.000 F - les budgets « réception », ainsi que les frais de vacataires ou de sous-traitance de diffusion). Outre les deux salariés du secteur communication, un salarié est chargé de diffusion, aidé - on est dans le cadre d'une association - par deux objecteurs de conscience).
10. La saison 1989-1990 a vu 14 spectacles de théâtre, dont 5 créations, 5 spectacles de danse, 18 soirées musicales, 2 spectacles d'humour, des soirées vidéo, des lectures. (On parle bien ici de nombre de spectacles, important pour le travail de communication, en termes de nombre de « produits à défendre », et non pas de nombre de représentations, qui lui implique un volume de spectateurs à obtenir par spectacle).
11. Ces 60.000 exemplaires sont envoyés aux abonnés des trois dernières années ; il y a aussi les envois protocolaires et politiques, ceux à destination de la profession. Les dépôts concernent les lieux d'enseignement (du primaire à l'université et aux différentes écoles) aux autres structures culturelles et offices de tourisme). Une dernière partie s'écoulera doucement à la Rose des Vents.
12. Dans un article antérieur (Delcambre 1990), j'ai analysé l'importance, dans les écritures du métier d'éducateur, de l'existence de modèles. L'écriture doit pouvoir être routinisée, ne pas exiger l'investissement des écritures faites pour la première fois. Le modèle a d'abord ce rôle. Ensuite, dans le cadre d'un établissement où le personnel est important, tourne, et où tout le monde passe à l'écriture, le modèle sert aussi à l'apprentissage de l'écriture d'établissement, sans produits atypiques inacceptables pour les destinataires. Ce dernier point n'est pas pertinent dans la situation présente.
13. Les publics du Théâtre, Ministère de la Culture et de la Communication, *La Documentation Française*, 1988.
14. La rhétorique publicitaire du théâtre, Narcisse au miroir d'Echo, Ministère de la Culture, *La documentation Française*, 1988.
15. Pourquoi Faguet était-il intéressant ? Cela sera analysé à nouveau en 2.2. La priorité : la gestion du public.
16. La jauge du Misanthrope était de 470 spectateurs, il y a eu 5 représentations.
17. Par « destinataire idéal » on entend ici un destinataire fictif, illusion nécessaire à la production du message, structurante, mais un destinataire qui n'existe pas. Il faut le différencier des récepteurs, même si la connaissance et l'anticipation des récepteurs permet la construction

imaginaire de ce destinataire idéal. Notons que, ici, derrière le destinataire idéal (le « grand public ») se profile un autre destinataire : les étudiants. La concrétisation du destinataire en récepteur est prévue pour une part : c'est le courrier aux anciens abonnés, la distribution du programme dans des lieux précisément pensés. Mais le destinataire idéal reste bien de l'ordre de l'imaginaire.

18. Ce sous titre est emprunté à un ouvrage d'A. Compagnon, (1979).

19. P. Delcambre, 1991.

20. P. Richez « Le public étudiant occasionnel du Centre d'Action Culturelle La Rose des Vents ». Rapport de stage de Maîtrise Information-Communication Lille 3.

Une série d'études ont été menées en 1989-1990 sur le public étudiant des établissements culturels du Nord. Les analyses quantitatives et qualitatives sont publiées dans Delcambre (P.), éd., Université, étudiants : publics et acteurs de la vie culturelle. Retours sur un colloque, Université de Lille3/Rose des Vents, 1991.

21. Je garde ici le terme « iconique » dans son acception Piercienne, c'est-à-dire que l'image ici s'oublie comme signe fabriqué, que la diversité des interprétations possibles est réduite par un fonctionnement où ce qui se lit d'abord, c'est la présence de l'objet. Une présentation utile des travaux de Pierce dans cette optique se trouve dans Compagnon 1979.

22. Voir B. Koeppel (1987). B. Koeppel, analysant les textes écrits par le personnel des maisons de correction aux juges en dit « tous se ressemblent puisqu'un code admis par tous circule pour désigner les filles délinquantes ». Code ou répertoire commun d'équivalences entre désignations et classes de sujets.

RÉSUMÉS

L'article issu d'un entretien avec un directeur d'établissement culturel, co-rédacteur du journal qui présente la saison à venir et la propose à l'abonnement, analyse un produit d'information culturelle, et ses conditions de production. Cette écriture est définie comme « écriture de seconde main », de recopie, en même temps qu'elle reste une tâche de cadre, tant s'y croisent des rapports de pouvoir.

Ni simple relais du metteur en scène, ni dramaturge, l'écrivain cherche une stratégie qui positionne l'image de l'établissement, assure une communication « grand public », et parle du spectacle. Comment assurer les relations publiques d'un produit culturel ? la réponse n'est pas aisée et des lignes différentes s'affrontent dans la rédaction du journal. L'article expose quelles sont les stratégies évidentes pour les écrivains mais aussi quelles sont les zones d'ombre et de flottement de leurs pratiques comme de leur définition de leurs pratiques d'écriture.

This article is the result of a conversation with the director of a Cultural Centre who contributes to a paper announcing the season to come and offering it to subscribers. It studies how and in which conditions cultural information is produced, and determines this kind of writing as re-writing, re-copying, though it still be the work of an executive, showing the confrontation of power.

The writing-man, who neither acts as a simple transmitter for the play-director nor as a dramaturgist, tries to find a strategy which can give a right image of his centre, while ensuring the communication with a wide public and giving information about the show itself. The question is : « how to settle public relations for a cultural product ». The answer is not easy and

various trends are confronted in the writing of this paper. The article reveals which strategies are obvious for the writing-people, but also which part of their writingpractice, or definitions of their practice, are obscure and wavering.

INDEX

Keywords : theatre, writing, cultural communication, public, division of labour

Mots-clés : théâtre, écriture, communication culturelle, public, division du travail

AUTEUR

PIERRE DELCAMBRE

Pierre Delcambre, CERTEIC/GERICO, Université de Lille III